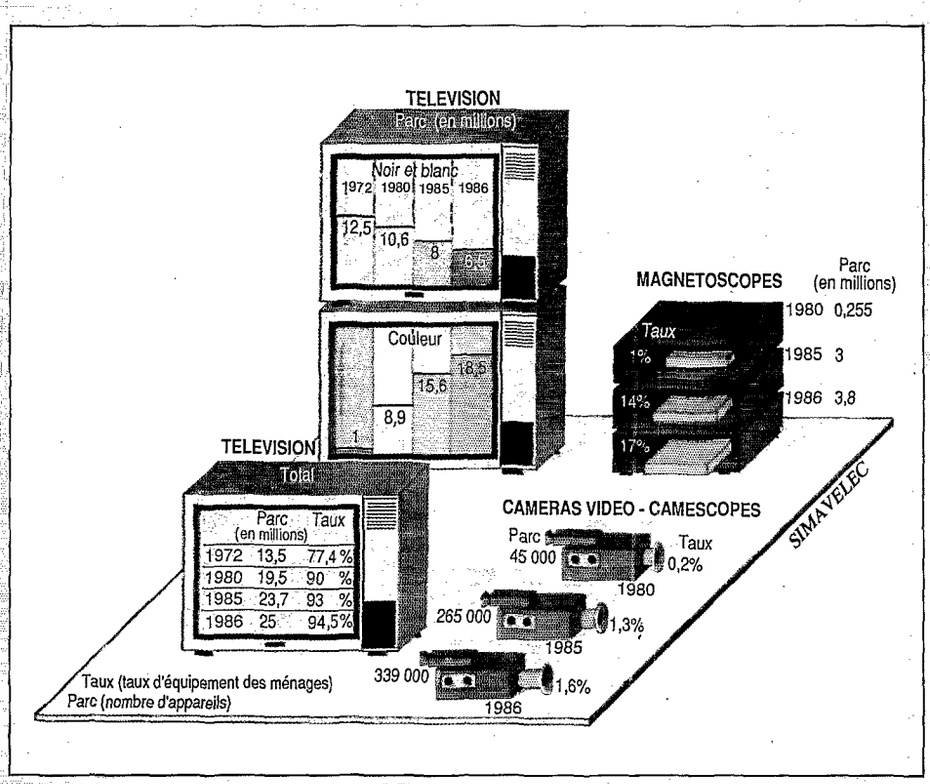
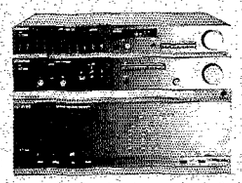
core du chemin à faire chez nous. Il n'est responsable que de 2 % du temps passé devant le petit écran ! Et 35 % des programmes enregistrés ne sont jamais visionnés !

Inutile de rappeler les récents débats sur la pertinence des sondages d'écoute, mais force est de reconnaître qu'en dehors de ces quelques comportements, les mœurs de « l'homo televisius » restent mystérieux. Si le plaisir audiovisuel n'est pas toujours solitaire, il demeure largement privé. Le téléspectateur français s'est-il mis aux cacahuètes comme son homologue américain ? Se fourre-t-il les doigts dans le nez comme dans les grands moments de concentration au volant de son automobile ? Mystère. Le très sérieux directeur du marketing de la FNAC avoue même sans honte : *« On ne sait rien de la manière dont la clientèle utilise TV, chaîne stéréo ou magnétoscope. Une certitude quand même : les pannes les plus courantes ne sont pas dues à une trop grande utilisation du matériel. Les deux-tiers des interventions du service après-vente ont pour origine une mauvaise lecture du mode d'emploi ».* Tentant de sauter sur une telle statistique pour accuser la TV d'assassiner la lecture et de voir dans les accros du petit écran les illettrés de demain. Plus sagement on peut penser que les rédacteurs des constructeurs ne méritent pas les palmes décernées par l'académie des belles lettres. Victor Jachimowicz en convient : *« Se farcir les instructions de branchement n'a rien d'un divertissement ».* Les explications compliquées, ce n'est pas le genre de Victor Jachimowicz. Il tient en outre ses clients en une estime certaine, ce qui donne dans sa bouche : *« Le consommateur est tout, sauf con ! Inutile de vouloir lui vendre des possibilités de programmation sur un an. Il veut un ralenti de qualité. Des capacités multi-standard. Des performances hifi... »* Cela dit, le meilleur consommateur du monde a ses faiblesses. Pour l'acquéreur d'audiovisuel, c'est le petit bouton. Il en faut beaucoup de toutes les tailles et bien visibles. Un appareil qui ne ressemble pas à un cockpit de Concorde est voué à l'échec commercial. Dans la profession, on se rappelle les superbes amplis très performants et très dépouillés qui ont fait un bide total.

Dernier changement, bien connu des vendeurs : l'amateur de hifi, mais aussi le téléspectateur moyen s'informent. Difficile désormais de les berner avec des termes techniques en anglo-saxon abrégé. Ils savent ce que la technique propose et ce qu'ils veulent. De quoi révolutionner un marché ! ●





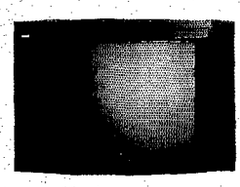
Harman Kardon : citation

Retour chez Harman Kardon de la série Citation qui a fait longtemps (dès les années soixante) la joie de tous les audiophiles. Malheureusement disparue depuis quelques années. Aujourd'hui, Karman propose deux nouvelles gammes de Citation (100 et 200 watts) accompagnées de leur préamplificateurs. Complète ces deux monstres un tuner à recherche active mis au point, à ses heures perdues, par un ingénieur de la NASA !

(Harman Kardon amplificateur 22 et préamplificateur 21 et tuner 23 de la série Citation : 23 400 F).

Sony : K.V.

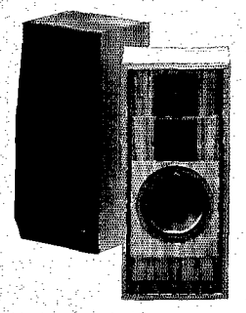
Référence dans le domaine de la télévision, Sony et son système Trinitron a révolutionné l'image cathodique. Nous en sommes aujourd'hui au super Trinitron appelé Black Trinitron. En cette fin 1987, cinq nouveaux modèles de 41 à 63 cm, multi standard viennent compléter la gamme Sony. Recherche automatique et mémorisation de 30 programmes, affichage des réglages sur l'écran, écrans plats à coins carrés, image plus contrastée et plus définie sont les principales caractéristiques de cette nouvelle série. (Sony téléviseurs série KV de 4 990 à 7 690 F selon dimensions).



Denon : DCD 3300

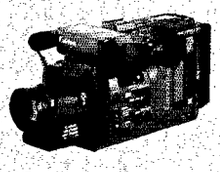
L'étalon, la référence en matière de lecteur Compact-disc : le DCD 3300 de Denon. Un grand constructeur propose au public un appareil véritablement professionnel. A raflé des prix partout... (Denon DCD 3300 : 18 000 F).

Cabasse : enceintes Caravelle



Leader qualitatif sur le marché des enceintes acoustiques, le breton Cabasse a depuis très longtemps fait preuve de la grande qualité de ses produits. En effet, de par le monde, des salles de concerts et de nombreux cinémas sont équipés d'enceintes fabriquées à Brest. Non « colorées », la gamme supporte autant les riffs acides d'un Van Halen que les pizzicatti d'un solo de violon de Paganini... Le produit remarquable de la firme, celui qui a créé l'événement en devenant une véritable référence en la matière, c'est la Caravelle, une enceinte à 3 voies, pouvant supporter nominalement 120 watts (mais testée à 350...) le tout enfermé, comme toutes les enceintes Cabasse, dans un bel ensemble en bois traité. Une véritable réussite. (Enceintes Caravelle de Cabasse : 13 000 F la paire).

Canon : Canovision VM-EZ



Canon a opté dès le début pour le format Vidéo 8 pour ses caméscopes. Il nous présente son nouveau bébé, le VM E2 avec, comme toujours pour ce grand de l'image photo, un effort particulier fait sur l'objectif. Son Canovision est en effet équipé de l'excellent zoom haute définition 8 à 48 mm ouvrant à f.1.2 ce qui lui permet d'être à l'aise même en faible lumière. Pour le reste, un caméscope standard tout automatique, mais débrayable en manuel. (Canovision VM-E2 de Canon : 13 900 F).